

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi, Robert (2015). Mengambil Manfaat dari Meluasnya Penetrasi Internet. Kompas.com, 10 Maret 2015 (online), (<http://print.kompas.com/baca/2015/03/10/Mengambil-Manfaat-dari-Meluasnya-Penetrasi-Interne>), diakses tanggal 10 Oktober 2015).
- Arista, Elisabeth Desi (2011). Analisis Pengaruh Iklan, Brand Trust, dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Telkom Speedy di Kota Semarang. *Skripsi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Arista, E. Desi & Astuti, Srirahayu Tri (2011). Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Aset* Vol. 13 No. 1 h.37-45.
- Fitriana, Stella (2013). Pengaruh Efektivitas Iklan Terhadap Minat Beli yang Berdimensi oleh Citra Merek. *Naskah Publikasi*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Hariyana, Nanik (2013). Pengaruh Penggunaan Iklan Endorser Produk Sabun Lux Media Televisi Terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Merek Pada Konsumen Produk Sabun Lux di Kabupaten Jember. *Jurnal JEAM* Vol XII No.1/2013.
- Kertamukti, Rama (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep, Media, Barnding, Anggaran* Cetakan 1. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kotler, Philip (1997). *Dasar-Dasar Pemasaran* (diterjemahkan oleh Alexander S). Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane (2003). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler,Amstrong (2004).Analisis Pengaruh variabel-Variabel Pesan Iklan Yang Mempengaruhi Brand awareness Masyarakat.jurnal bisnis komunikasi Universitas Brawijaya
- Hadi,H.,Shirin,B., & Faranak , S :Empowering Nursing Managers , *international Rearch Journal of Ap-plied and Basic Sciences*, 4(10): 2977-2979 Available on-line at <http://www.irjabs.com,2003>.

- Liza, Lia Martha (2004). Hubungan Antara Persepsi Kualitas Produk Terhadap Minat Membeli Pada Konsumen Remaja. *Skripsi*: tidak diterbitkan. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Maulana, Adhi (2015). Pengguna Internet Indonesia Didominasi Remaja & Wanita. Liputan6.com, 26 Maret 2015 (online), (<http://tekno.liputan6.com/read/2197439/pengguna-internet-indonesia-didominasi-remaja-amp-wanita>, diakses tanggal 10 Oktober 2015).
- Mufarihah, Hanik & Triyono (2013). Dampak Periklanan Terhadap Minat Beli HP Samsung Galaxy (Studi Eksplorasi Pengguna HP Samsung Galaxy di Semarang). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Semarang* Vol. 9 No. 2.
- Putri, Ayu Inneke (2012). Pengaruh Intensitas Iklan, Motivasi, Persepsi, dan Sikap Konsumen Terhadap Minat Beli Nokia di Surabaya. *Skripsi*. Surabaya: Universitas Pembangunan Nasional Veteran.
- Saidani, Basrah dan Ramadhan, Dwi Raga (2013). Pengaruh Iklan dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Seri Galaxy (Survey pada Pelanggan ITC Roxy Mas). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* Vol. 4 No. 1.
- Sampitri, Debby Eka (2011). Pengaruh Terpaan Iklan Televisi dan Persepsi Merek Terhadap Minat Beli. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Pembangunan Nasional Veteran.
- Simamora, Bilson (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Surabaya: Pustaka Utama.
- Swastha, Basu dan Handoko, Hani (1997). *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, Basu dan Irawan (2001). *Manajemen Pemasaran Modern* Edisi 2 Cetakan 9. Yogyakarta: Liberty.
- Syafrina, dkk (2011). Pengaruh Iklan Audiovisual Garnier Light Night Cream Terhadap Minat Beli Remaja Putri di MAN 1 Pamekasan. *Proposal Peneletian*. Madura: Universitas Trunojoyo.
- Ferrinadewi (2008). Hubungan antara persepsi terhadap iklan handphone dengan minat beli konsumen. *Jurnal psikologi & industri* Vol. 6 No.1.

Ujianto (2004). Analisis Faktor-Faktor yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan Vol. 6 No. 1*.

Zurahmad, Sandy (2010). Peranan Iklan Dalam Mempengaruhi Minat Beli Konsumen yang Dilakukan PT. Mas Motors Mitsubishi Medan. *Skripsi*. Medan: Universitas Sumatera Utara.